COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 31 janvier 2018

Mediametrie

Audience Internet Global en France

Médiamétrie publie les premiers résultats de la nouvelle Mesure de référence de l'Audience Internet

Alors que les connexions quotidiennes sur mobile dépassent désormais celles sur ordinateur, la nouvelle mesure d'Audience Internet Global évolue et s'enrichit pour offrir à ses utilisateurs toujours plus de robustesse dans ses résultats.

La mesure repose désormais sur **un panel unique de plus de 30 000 individus de 2 ans et plus**, dont plus de 4 000 internautes équipés de deux ou trois écrans (ordinateur et/ou téléphone mobile et/ou tablette), qui permet de mesurer 'nativement' l'audience globale. La mesure bénéficie aussi des méthodologies innovantes d'hybridation mariant panels et big data mises au point par Médiamétrie.

De cette mesure globale découlent les résultats d'audience sur chacun des écrans : ordinateur, téléphone mobile et tablette.

Rappelons que la mesure d'Audience Internet Global prend en compte le surf des internautes quel que soit le lieu, le mode de connexion (3G/4G/Wifi) ou le protocole (http/https) pour l'ensemble des sites et applications.

Avec cette nouvelle mesure de référence, Médiamétrie publie dans une interface unique pour ses clients, les audiences et usages de plus de 5 000 marques et 600 applications. En cours d'audit par le CESP, la nouvelle mesure permet aux acteurs du Marché - sites, agence et annonceurs - de piloter leurs stratégies éditoriales et publicitaires multi-écrans.

En raison de l'évolution méthodologique, les résultats d'octobre 2017 ne peuvent pas être comparés à des résultats antérieurs

Les résultats du mois
Octobre 2017



51,9 millions d'individus se sont connectés au moins une fois à Internet en octobre 2017, soit **82,9 %** des Français de 2 ans et plus.



42,2 millions d'internautes se sont connectés à Internet chaque jour, dont **30,3** millions **via un smartphone**. Mais la plupart des internautes quotidiens sont **bi-écrans** : un tiers des Français (34 %) utilise au moins deux écrans pour se connecter chaque jour. Près d'un quart (24 %) utilise un ordinateur et un mobile.



Rapporté à l'ensemble des Français de 2 ans et plus, le temps passé par jour et par personne **sur ordinateur** est de **34 minutes** en moyenne et de **35 minutes sur mobile**.

Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings – Audience Internet Global - Tous lieux de connexion – France – octobre 2017 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Google	50 304 000	34 366 000
2	Facebook	46 175 000	28 187 000
3	Microsoft	37 848 000	11 683 000
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	35 167 000	5 724 000
5	Webedia	30 333 000	3 968 000
6	Wikimedia Foundation	29 802 000	3 592 000
7	Solocal Group	28 596 000	3 126 000
8	Prisma Media	28 554 000	5 401 000
9	Amazon	28 298 000	4 304 000
10	Schibsted	27 673 000	6 156 000
11	Vivendi	27 511 000	3 116 000
12	Groupe Lagardere	27 439 000	3 447 000
13	WEB66	27 325 000	5 419 000
14	Orange	27 316 000	8 711 000
15	Groupe Le Monde	24 222 000	3 524 000
16	Apple Computer	22 399 000	9 910 000
17	Yahoo	22 376 000	6 519 000
18	M6	22 303 000	1 968 000
19	francetélévisions	20 984 000	2 313 000
20	Groupe Auchan	20 755 000	2 010 000
21	La Poste	20 694 000	3 213 000
22	Groupe Casino	19 877 000	1 996 000
23	Groupe Credit Agricole	19 736 000	3 549 000
24	auFeminin	19 578 000	1 706 000
25	Twitter	19 452 000	3 356 000
26	Next Radio TV	18 503 000	2 100 000
27	SNCF France	17 964 000	1 936 000
28	Groupe Numericable - SFR	17 472 000	3 900 000
29	Groupe TF1	17 176 000	1 462 000
30	LinkedIn	16 845 000	2 044 000
31	Altice Media Group	16 425 000	1 451 000
32	Samsung Group	16 084 000	4 384 000
33	Groupe Le Parisien	15 565 000	1 650 000
34	Iliad	15 467 000	2 060 000
35	Carrefour	15 202 000	1 416 000
36	Gouvernement Francais	15 184 000	936 000
37	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	14 754 000	1 138 000
38	20 Minutes France	14 553 000	1 853 000
39	Pinterest.com	14 423 000	2 044 000
40	Oredis	13 819 000	2 585 000
41	Fnac	13 677 000	928 000
42	Groupe Amaury	13 297 000	2 502 000
43	eBay	13 079 000	1 606 000
44	Snapchat	13 061 000	6 493 000
45	Ministere de l Education Nationale	12 779 000	1 452 000
46	Mondadori	12 096 000	930 000
47	Tripadvisor	11 809 000	755 000
48	Societe Generale	11 586 000	1 763 000
49	Bouygues	11 550 000	1 239 000
50	E.Leclerc	11 404 000	1 083 000

Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings – Audience Internet Global - Tous lieux de connexion – France – octobre 2017 – Base : 2 ans et plus –
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Répartition écrans du Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	Visiteurs uniques par mois	% des VU ayant utilisé l'Ordinateur	% des VU ayant utilisé le Mobile	% des VU ayant utilisé la Tablette
1	Google	50 304 000	76,0	73,5	45,8
2	Facebook	46 175 000	56,1	76,9	42,6
3	Microsoft	37 848 000	83,1	36,7	15,4
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	35 167 000	61,8	57,7	24,8
5	Webedia	30 333 000	57,3	50,5	25,5
6	Wikimedia Foundation	29 802 000	49,3	60,4	21,5
7	Solocal Group	28 596 000	60,1	52,6	19,7
8	Prisma Media	28 554 000	48,3	58,6	25,5
9	Amazon	28 298 000	55,9	51,2	28,0
10	Schibsted	27 673 000	53,3	51,7	29,4
11	Vivendi	27 511 000	48,4	59,8	24,6
12	Groupe Lagardere	27 439 000	53,3	53,2	24,4
13	WEB66	27 325 000	50,9	55,5	25,8
14	Orange	27 316 000	61,4	51,7	16,5
15	Groupe Le Monde	24 222 000	46,6	59,3	22,3
16	Apple Computer	22 399 000	35,6	53,2	44,5
17	Yahoo	22 376 000	45,5	55,9	20,7
18	M6	22 303 000	52,6	43,8	27,7
19	francetélévisions	20 984 000	41,8	53,0	27,5
20	Groupe Auchan	20 755 000	55,8	45,4	24,7
21	La Poste	20 694 000	63,0	43,5	15,1
22	Groupe Casino	19 877 000	52,9	45,1	22,4
23	Groupe Credit Agricole	19 736 000	62,8	40,5	15,8
24	auFeminin	19 578 000	44,5	48,9	28,4
25	Twitter	19 452 000	31,8	64,3	24,8
26	Next Radio TV	18 503 000	45,9	54,5	20,7
27	SNCF France	17 964 000	41,5	60,0	18,2
28	Groupe Numericable - SFR	17 472 000	50,8	50,6	22,3
29	Groupe TF1	17 176 000	39,4	57,3	21,2
30	LinkedIn	16 845 000	36,1	64,7	16,8
31	Altice Media Group	16 425 000	44,8	53,1	19,0
32	Samsung Group	16 084 000	10,1	57,8	47,3
33	Groupe Le Parisien	15 565 000	41,5	54,2	21,7
34	Iliad	15 467 000	74,6	26,4	11,4
35	Carrefour	15 202 000	50,8	43,6	23,6
36	Gouvernement Francais	15 184 000	66,1	32,3	15,0
37	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	14 754 000	80,2	18,3	10,4
38	20 Minutes France	14 553 000	37,6	55,7	23,4
39	Pinterest.com	14 423 000	45,2	47,9	21,3
40	Oredis	13 819 000	38,0	52,0	29,6
41	Fnac	13 677 000	45,6	48,3	19,0
42	Groupe Amaury	13 297 000	33,3	57,3	21,9
43	eBay	13 079 000	56,2	39,1	18,2
44	Snapchat	13 061 000	-	96,8	3,4
45	Ministere de l Education Nationale	12 779 000	67,2	31,0	12,8
46	Mondadori	12 096 000	47,0	40,8	22,7
47	Tripadvisor	11 809 000	44,8	50,5	19,0
48	Societe Generale	11 586 000	56,3	41,5	12,9
49	Bouygues	11 550 000	41,3	54,2	16,0
50	E.Leclerc	11 404 000	50,2	38,3	23,9

Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings – Audience Internet Global - Tous lieux de connexion – France – octobre 2017 – Base : 2 ans et plus –
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Top 50 des Marques les plus visitées en France

Rang	B Marques	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Google	49 861 000	32 609 000
2	Facebook	45 842 000	26 376 000
3	YouTube	43 289 000	13 916 000
4	Wikipedia	29 378 000	3 476 000
5	Amazon	28 025 000	4 199 000
6	Leboncoin.fr - T	27 573 000	6 142 000
7	Orange - T ACPM	25 767 000	8 520 000
8	Microsoft	23 965 000	3 382 000
9	PagesJaunes - T	22 927 000	2 060 000
10	Apple	22 388 000	9 910 000
11	Instagram	22 066 000	5 017 000
12	Yahoo - T	21 210 000	6 346 000
13	Windows Live	20 640 000	3 581 000
14	Le Figaro - T ACPM	20 120 000	2 275 000
15	Twitter	19 139 000	3 309 000
16	Dailymotion - T	18 322 000	1 427 000
17	Cdiscount	17 860 000	1 684 000
18	Le Monde - T ACPM	17 316 000	2 112 000
19	LinkedIn	16 845 000	2 044 000
20	franceinfo - T ACPM	16 793 000	1 717 000
21	SFR	16 593 000	3 687 000
22	Samsung	16 043 000	4 377 000
23	Linternaute.com - T	15 810 000	893 000
24	Le Parisien - T ACPM	15 565 000	1 650 000
25	Marmiton - T	15 195 000	1 163 000
26	BFM TV - T ACPM	15 166 000	1 639 000
27	Tele Loisirs - T ACPM	15 053 000	2 709 000
28	Free	14 947 000	1 954 000
29	20minutes.fr - T ACPM	14 551 000	1 853 000
30	Pinterest	14 423 000	2 044 000
31	AlloCine - T	14 238 000	1 143 000
32	WhatsApp	13 929 000	4 329 000
33	LA POSTE	13 830 000	1 675 000
34	Voyages-Sncf.com	13 817 000	1 210 000
35	impots.gouv.fr	13 799 000	1 009 000
36	vente-privee	13 758 000	2 577 000
37	Fnac	13 674 000	927 000
38	L Express - T ACPM	13 533 000	1 021 000
39	Snapchat	13 061 000	6 493 000
40	L Equipe - T ACPM	12 935 000	2 466 000
41	Outlook (Outlook.com)	12 749 000	3 522 000
42	Ouest France - T ACPM	12 712 000	1 258 000
43	Le Journal des Femmes - T	12 661 000	779 000
44	MSN - T	12 621 000	2 721 000
45	Credit Agricole	12 364 000	2 328 000
46	eBay	12 274 000	1 524 000
47	Doctissimo - T ACPM	12 229 000	803 000
48	MYTF1	11 968 000	834 000
49	TripAdvisor	11 809 000	755 000
50	Bing	11 681 000	1 874 000

Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings – Audience Internet Global - Tous lieux de connexion – France – octobre 2017 – Base : 2 ans et plus –
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Répartition écrans du Top 50 des Marques les plus visitées en France

Rang	Marques	Visiteurs uniques par mois	% des VU ayant utilisé l'Ordinateur	% des Vu ayant utilisé le Mobile	% des VU ayant utilisé la Tablette
1	Google	49 861 000	74,5	73,7	45,4
2	Facebook	45 842 000	55,9	75,8	42,9
3	YouTube	43 289 000	53,4	68,6	38,1
4	Wikipedia	29 378 000	48,9	60,0	21,3
5	Amazon	28 025 000	55,7	50,7	27,5
6	Leboncoin.fr - T	27 573 000	53,3	51,8	29,1
7	Orange - T ACPM	25 767 000	60,9	50,5	16,2
8	Microsoft	23 965 000	86,0	19,7	5,4
9	PagesJaunes - T	22 927 000	53,6	50,9	19,7
10	Apple	22 388 000	35,5	53,2	44,5
11	Instagram	22 066 000	17,9	79,4	20,3
12	Yahoo - T	21 210 000	44,2	55,7	21,2
13	Windows Live	20 640 000	64,4	36,2	18,9
14	Le Figaro - T ACPM	20 120 000	46,2	55,7	20,6
15	Twitter	19 139 000	32,0	63,6	25,0
16	Dailymotion - T	18 322 000	26,1	67,3	22,8
17	Cdiscount	17 860 000	51,9	43,5	22,8
18	Le Monde - T ACPM	17 316 000	39,5	57,2	21,1
19	LinkedIn	16 845 000	36,1	64,7	16,8
20	franceinfo - T ACPM	16 793 000	37,7	55,2	24,4
21	SFR	16 593 000	48,7	51,7	22,9
22	Samsung	16 043 000	10,1	57,6	47,4
23	Linternaute.com - T	15 810 000	49,4	44,1	18,7
24	Le Parisien - T	15 565 000	41,5	54,2	21,7
25	Marmiton - T	15 195 000	38,8	47,0	28,9
26	BFM TV - T ACPM	15 166 000	34,3	58,9	21,8
27	Tele Loisirs - T ACPM	15 053 000	35,7	54,8	24,5
28	Free	14 947 000	74,4	25,9	11,2
29	20minutes.fr - T ACPM	14 551 000	37,6	55,7	23,4
30	Pinterest	14 423 000	45,2	47,9	21,3
31	AlloCine - T	14 238 000	46,2	49,2	17,3
32	WhatsApp	13 929 000	1,6	98,6	-
33	LA POSTE	13 830 000	63,8	34,7	14,6
34	Voyages-Sncf.com	13 817 000	40,4	54,4	19,4
35	impots.gouv.fr	13 799 000	80,6	16,9	10,2
36	vente-privee	13 758 000	38,1	52,0	29,5
37	Fnac	13 674 000	45,5	48,3	19,1
38	L Express - T ACPM	13 533 000	40,2	56,6	16,6
39	Snapchat	13 061 000	-	96,8	3,4
40	L Equipe - T ACPM	12 935 000	32,2	57,7	22,4
41	Outlook (Outlook.com)	12 749 000	64,2	41,2	9,9
42	Ouest France - T ACPM	12 712 000	35,5	56,8	19,7
43	Le Journal des Femmes - T	12 661 000	40,6	45,1	25,3
44	MSN - T	12 621 000	90,9	6,1	6,5
45	Credit Agricole	12 364 000	64,6	33,4	13,1
46	eBay	12 274 000	57,4	37,7	17,6
47	Doctissimo - T ACPM	12 229 000	40,9	45,7	24,3
48	MYTF1	11 968 000	36,9	57,1	19,0
49	TripAdvisor	11 809 000	44,8	50,5	19,0
50	Bing	11 681 000	90,7	5,2	7,1

Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings – Audience Internet Global - Tous lieux de connexion – France – octobre 2017 – Base : 2 ans et plus –
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Définitions et Indicateurs

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Une Brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent. Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des Brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une Brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Visiteurs uniques par mois : Nombre total d'internautes ayant visité un groupe ou une marque au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les internautes ayant visité le même groupe (ou la même marque) plusieurs fois ne sont comptés qu'une fois.

Visiteurs uniques moyens par jour : Nombre moyen d'internautes ayant visité un groupe ou une marque au moins une fois au cours d'une journée pour le mois concerné. Les internautes ayant visité le même site plusieurs fois dans la journée ne sont comptés qu'une fois.

Une notification accompagne le nom des Brands :
- les acteurs participant à la mesure par l'implémentation d'un Tag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un «**T**»
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggué et certifié par l'ACPM (Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, fusion de l'OJD et d'Audipresse) sont notifiés d'un «**T ACPM**»

A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2016, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 88,5 M€.

Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

www.mediametrie.fr
Twitter : @Mediametrie
Facebook : Mediametrie

Contact Presse :
Isabelle Lellouche Filliau
Tél : 01 47 58 97 56
Ilellouche-filliau@mediametrie.fr